

BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Di era perkembangan zaman yang terjadi pada saat ini banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk menghasilkan produk yang berkualitas, hal ini dikarenakan untuk melayani kepuasan pelanggan. Untuk mewujudkan itu semua perusahaan berupaya menciptakan berbagai macam produk yang berkualitas agar dapat dikonsumsi oleh konsumen. Pada saat ini banyak masyarakat mengkonsumsi berbagai jenis produk untuk memenuhi gaya hidup terutama di kota-kota besar. Ini terlihat dari tingginya masyarakat mengkonsumsi berbagai jenis produk seperti produk makanan, minuman, pakaian, asesoris, kosmetik sampai produk jenis otomotif seperti mobil dan motor.

Masing-masing perusahaan saat ini dari masa ke masa berusaha menghasilkan produk yang berkualitas untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, karena dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan dapat meningkatkan pendapatan untuk perusahaan. Dengan memberi kepuasan pada pelanggan maka pelanggan cenderung menjadi loyal dan bahkan mengajak orang lain untuk menggunakan produk/jasa yang telah memberi kepuasan terhadapnya. Pada kenyataannya pelanggan memang tidak selalu terpuaskan dengan apa yang telah dilakukan oleh perusahaan, tetapi paling tidak perusahaan telah berusaha untuk melakukan yang terbaik guna memberikan kepuasan kepada pelanggan

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas kinerja produk atau jasa dalam memenuhi harapannya. Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila setelah pelanggan menggunakan suatu produk/ jasa, apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan dapat terpenuhi bahkan melebihi harapannya. Ada lima hal utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu: kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, faktor emosional, dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut.

Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan nilai dari pemasok, produsen atau penyedia jasa. Nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, atau sesuatu yang bersifat emosional. Jika pelanggan mengatakan bahwa nilai adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan terjadi jika pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas. Jika nilai bagi pelanggan adalah kenyamanan, maka kepuasan akan datang jika pelayanan yang diperoleh benar-benar nyaman

Produk yang dianggap mempunyai nilai yang tinggi oleh konsumen apabila produk tersebut memiliki sebuah nilai (*Value*) dibandingkan dengan produk pesaing. Zeinhaml dan Bitner (1996) mendeskripsikan bahwa suatu produk dianggap bernilai jika kualitas produk sebanding dengan loyalitas yang diberikan oleh pelanggan. Selain itu produk dikatakan lebih unggul dengan pesaingnya apabila konsumen merasakan kepuasan terhadap produk yang digunakan.

Penelitian ini meneliti tentang kepuasan pelanggan pada dealer Honda di Yogyakarta dengan diukur menggunakan variable kualitas produk dan kualitas layanan. Peneliti memilih dealer Honda sebagai obyek penelitian didasari dari data

Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia (AISI), penjualan sepeda motor nasional mengalami kenaikan dari 6.215.350 unit pada 2016 menjadi 6.317.290 unit pada 2017. Sementara itu PT. Astra Honda Motor sejak bulan Januari-Oktober telah menjual 3.673.452 unit sepeda motor. Begitu juga dengan pangsa pasar yang mengalami kenaikan dari 73,9 persen di 2016, menjadi 74,6 persen sepanjang tahun ini. Bahkan sejak 2007 hingga 2017 ini trennya selalu meningkat. David Budiono, Production, *Engineering*, and *Procurement* Director AHM, menjelaskan, tahun ini total pasar mengalami penurunan 5,8 persen. Tetapi, hasil penjualan AHM masih bisa tumbuh, yang artinya masyarakat masih percaya pada motor Honda. dikutip dari <http://www.astra-honda.com>, www.kompas.com, dan www.aisi.or.id.com.

Penelitian ini mereplikasi dari artikel milik Permana dalam jurnal dinamika manajemen Universitas Semarang dengan judul peningkatan kepuasan pelanggan melalui produk dan kualitas layanan.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas desain berpengaruh terhadap kualitas produk?
2. Apakah Inovasi produk berpengaruh terhadap kualitas produk?
3. Apakah kompetensi sosial berpengaruh terhadap kualitas layanan?
4. Apakah kompetensi teknik berpengaruh terhadap kualitas layanan?
5. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

6. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas desain terhadap kualitas produk.
2. Untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap kualitas produk.
3. Untuk menganalisis pengaruh kompetensi social terhadap kualitas layanan.
4. Untuk menganalisis pengaruh kompetensi teknis terhadap kualitas layanan.
5. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
6. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis Akademik

- a) Penelitian ini diharapkan menjadi referensi atau sebagai bahan acuan untuk penelitian tentang kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh variabel kualitas produk dan kualitas layanan.
- b) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah literatur untuk menambah khasanah ilmu pengetahuan dan sumber bacaan terbaru bagi kalangan akademik.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat bagi berbagai kalangan yaitu:

a) Dealer Honda di Yogyakarta

Penelitian ini diharapkan menjadi sebuah acuan dan sebagai bahan evaluasi untuk kinerja Dealer Honda di Yogyakarta , dapat bermanfaat untuk memperbaiki kinerja Dealer Honda di Yogyakarta kedepannya dengan memperhatikan variable kepuasan produk dan kepuasan layanan.

b) Konsumen Dealer Honda di Yogyakarta

Penelitian ini diharapkan menjadi edukasi kepada konsumen mengenai kepuasan pelanggan dari Dealer Honda di Yogyakarta yang dimana dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas layanan. Selain itu juga memberikan wawasan dan pengetahuan kepada konsumen bahwa seberapa besar komitmen Dealer Honda di Yogyakarta untuk memberikan sebuah kepuasan kepada konsumen agar konsumen dapat loyal terhadap Dealer Honda di Yogyakarta.